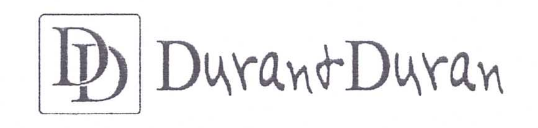
SEMINARIO



Los Cerradores de Ventas

BIENVENIDOS















Preocupate primero de tu incompetencia
y despues de tu competencia



INTRODUCCION

- REGLAS DE JUEGO
  - HORARIO DE TRABAJO.
  - METODOLOGIA Y CERTIFICADO.
  - PREGUNTAS Y RESPUESTAS.
  - CELULARES.
  - CIGARRILLO.
  - MATERIALES DE TRABAJO.



OBJETIVO

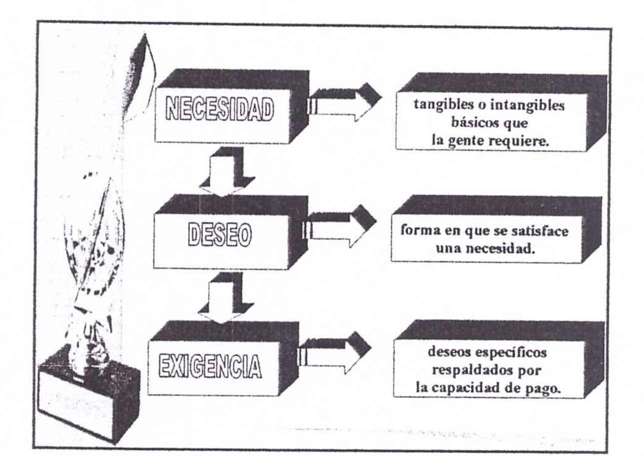
- SE FUNDA EN HECHOS Y PROCEDIMIENTOS QUE HAN DEMOSTRADO RESULTADOS EXITOSOS DE CIERRE.
- ILUSTRAR INCIDENTES, SITUACIONES, Y OBJETOS QUE PERMITAN REALIZAR MEJORES CIERRES DE VENTAS.
- APOYAR AL PARTICIPANTE A CONVERTIRSE EN UN MAESTRO DEL CIERRE DE VENTAS.



CARACTERISTICAS DE LOS EXPERTOS EN CIERRES.

- Le imparte encanto a su producto.
- Sagaz y astuto.
- Hombre / Mujer de empresa.
- Da buen servicio.
- Ambicioso.
- Fascinación por la gente.
- Autoiniciador.
- No oye chismes
- Cooperador.
- Puede hacer que cualquier extraño simpatice con él.

Mejores Peores productos existen pero como clavestro ninguno
No juzgar clientes (siempre en pensamiento limpio)



Necesidad se convierte en deseo y deseo se vuelve exigencia
convertirse en exigencia del cliente

CONSTITUCION DE UN CIERRE EXITOSO

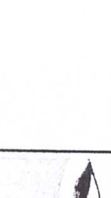


- ENTUSIASMO → 51%
- EMPATIA Y COMPRENSION → 25%
- MANERAS Y ENCANTO → 10%
- DIVERSION → 7%
- CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO → 7%

QUE HACE Y NO HACE UN CERRADOR



- No se venda si usted no se ha vendido.
- No venda nada mas por la comisión.
- Evite los corrillos.
- No califique con anterioridad.
- No se deprima.
- Nunca se aprende los suficiente.
- Usted es grande.
- Siéntase cómodo.
- Usted es lo que cree que es.
- Tenga confianza.
- Usted Puede ser reemplazado.



TIPS DE CIERRE



- Usted es único
- Toda persona es un cliente en potencia.
- Entusiasmo, control y conocimiento.
- Auto confianza, autocontrol y respeto.
- A nadie le gusta un aficionado.
- PROSPECTACION – PRESENTACION -CIERRE

TIPOLOGIA DE CLIENTES:

- **SI A TODO** → Realidad Psicologica no va a comprar
  - Está de acuerdo en todo.
  - Tomo la decisión. Sin importar no va a comprar.
- **SABELOTODO**
  - Ya tiene todas las respuestas.
  - No quiere ser intimidado.
- **PATINADOR:**
  - Lo mucho que vale y lo mucho que posee
  - La mayor cantidad de deudas. ⇒ Buen comprador



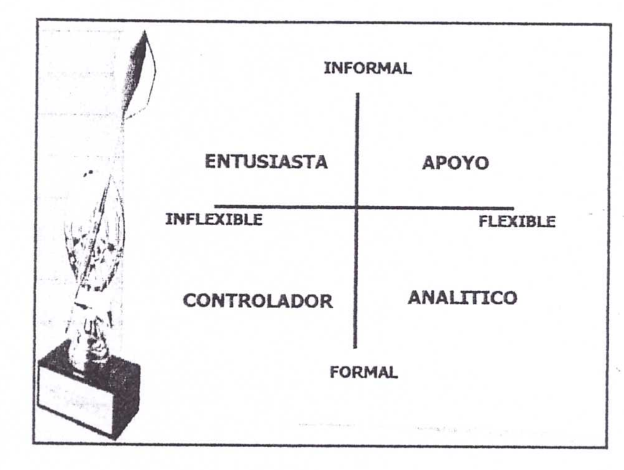
TIPOLOGIA DE CLIENTES:

- **EL TRANQUILO:**
  - No pronuncia palabra.
  - Quiere percatarse de que usted es honesto y sincero.
- **TEMEROSO:**
  - No se queda quieto.
  - No quiere que lo conozcan.
- **NO ME IMPORTA:**
  - Tómalo o déjalo.
  - No quiere presiones ni que le vendan.



TIPOLOGIA DE CLIENTES:

- **FAMILIA MIRANDA:**
  - No voy a comprar nada.
  - Es el más fácil comprador.
- **CURIOSO:**
  - Preguntas y Preguntas (información).
  - Compra por motivación. HUGO
- **CARÁCTER NATURAL:**
  - Advierte que es muy difícil de vender.
  - No compra bajo presión.





TIPS DE CIERRE

- No le pregunte al cliente si el puede permitirse el producto.
- En términos generales la esposa es lo mas importante.
- Los clientes son como ovejas, les gusta ser conducidos.
- El cliente quiere recibir algo por nada.
- A la gente le gusta gastar dinero.
- Al cliente le gusta sentir que es él el que toma la decisión.
- No subestime al cliente ni por un segundo.
- El cliente quiere que alguien le muestre interés en el.
- El cliente no quiere que se burlen de el.

En la presentación no usan los planes de cierre (crédito, abonos, [illegible] [illegible], etc.)
"Si lo consigo el hoy. no lo compro!!"
[illegible] que no pregunten no se habla de precios



PENSADORES	COMPRADORES
• Un fumador de pipa.	• El que lleva una cámara.
• Los calcetines blancos.	• Ropas deslumbrantes.
• Cabello muy corto.	• Fumadores de puro.
• Traje informal.	• Botas de vaquero.



ACTITUDES DE LOS CLIENTES

- **Atemorizados e incómodos.**
- **Presentación desconocida.**
- **Escudo de plomo.**

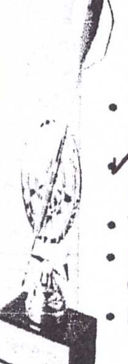
Rompemos el Escudo usando "Botones calientes" precio, características, etc.



RECONOCIMIENTO DE LUGAR



- En el hogar del cliente.
- En la oficina de ventas:
  - El automóvil.
  - Apariencia financiera.
  - Ropa y accesorios.
  - Risa nerviosa.
  - Pose del cliente
  - Ubicación en el hogar
- Aguarde, vigile y aprenda.



TIPS DE CIERRE

- El cliente no comprará si tiene las piernas cruzadas.
- ✓Un cliente quiere sentirse orgulloso de su compra.
- Todos los clientes se han quemado.
- Los clientes pretenden un trato especial.
- El cliente tiene una debilidad.



UN CLIENTE ESTA MINTIENDO SI:

- Resequedad de la boca.
- Sudor súbito en las cejas.
- Movimientos nerviosos.
- No mirar a los ojos por mucho tiempo.
- Tartamudeo y exclamaciones.
- Lamerse los labios.
- Cambiar de tono a más deliberado y suave.



MANIPULACION
PSICOLOGICA

1. **Háblele sobre usted.**
2. **Pregúntele al cliente algo sobre sí mismo.**
3. **Tópico de nexo común.**
4. **Cinco mil y una palabras a la esposa.**



MANIIPULACION
PSICOLOGICA.

1. **ACABE CON EL "TENGO QUE PENSARLO".**
1. **TECNICAS DE ESPEJO.**
2. **ESLABONE SU PRESENTACION.**
3. **CREAR EMOCION.**

sacar la fecha/preguntar cuando nace

Se venden los beneficios NO LAS CARACTERISTICAS

NIVELES DE ESCUCHAR
DE LOS CLIENTES:

- **El cliente oye únicamente los ruidos del vendedor. (no mira al vendedor)**
- **La conversación con el vendedor no hace huella en el cliente (no hace preguntas).**
- **El cliente oye, entiende y PIENSA en lo que el vendedor le dice (habla como si lo tuviera).**



POR QUE NO COMPRA UN CLIENTE:



1. NO LE GUSTA EL PRODUCTO.	1. PSICOLOGIA DE REVERSA.
2. NO CREE AL VENDEDOR.	2. MATERIAL IMPRESO.
3. RAZON PERSONAL O PROBLEMA.	3. INTERES COMPRENSION Y SIMPATIA.
4. NO SE PERMITE COMPRAR.	4. NO DISGUSTARSE.



TIPS DE CIERRE



- Tocar a la gente (informales).
- No utilice color rojo.
- Si los confunde los pierde.
- Nunca se queje del cliente.
- Nada mejor que una venta para solucionar un problema.
- Mueva la cabeza afirmativamente.
- No hay que crear tensión o nervios.
- Colóquese en el plano de cliente.
- Comunique un secreto.
- Ningún cliente es pobre.
- Alerta al estado de humor del cliente.
- No permita que las parejas peleen.

TIPS DE CIERRE

- A todos nos han vendido algo.
- No use anteojos oscuros.
- Dígale al cliente que es la parte más importante de la empresa.
- Construya un sueño para el cliente.
- Dígale que usted es el mejor experto que hay.
- No arguya con el cliente.
- Escuche para conocer a su cliente.
- El cliente debe pensar que tiene el control.
- Todo marcha perfectamente.
- Comente la experiencia de terceras personas.
- Trate de que sus ojos estén arriba de los del cliente.
- Cuidado con la sobreventa.



TIPS DE CIERRE



- Juegue con su condición física.
- Si usted no entiende su producto quien lo entiende?
- Entienda a su cliente.
- El cliente no depende de usted. Usted depende de su cliente.



PLAN DE ATAQUE



- 50% Positivo.
- Conocimiento del producto.
- Mírese en el espejo.
- Entusiasmo autocreado.
- Estrategia anterior al juego.

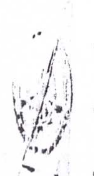
→ Pensar antes de actuar

ACERCAMIENTO CON EL CLIENTE:

1. Acercamiento y apretón de manos.
2. Asumir el inmediato control del cliente.
3. Asientos para el cliente.
4. Preguntas dentro de un cuadro.
5. "botón caliente"
6. Trate al cliente como si fuera su última oportunidad.
7. No se presente como su vendedor.
8. No desperdicie su tiempo ante eventos alternos.

Tratar de estar al lado del cliente no al frente

→ Al almuerzo se hacen las preguntas fuera del tema

PREPARANDO AL CLIENTE:

- Haga que el cliente se relaje.
- Reeduque al cliente sobre el producto.
- Haga que el cliente convenga con usted.
- Mantenga al cliente interesado.
- No puede obligar al cliente a comprar.



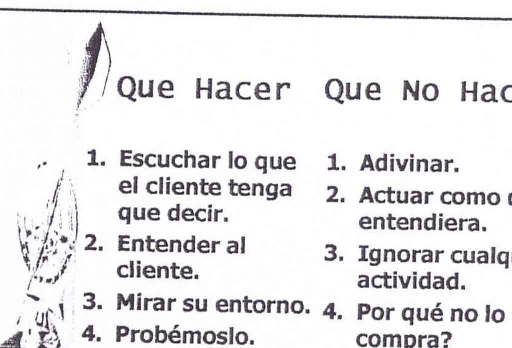

AL ATAQUE

- LAS EMOCIONES DEL CLIENTE.
- PRIMER, SEGUNDO, TERCER, ATAQUE.
- PEDIRLE AL CLIENTE QUE COMPRE.



EL CLIENTE ESTA LISTO SI:

- Serio y meditando hondamente.
- Mira a su compañero y alza las cejas.
- Mirada de: bueno que hacemos?
- Tamborilear con los dedos.
- Leve suspiro y baja la vista.
- Juguetea con un cigarrillo o con el Cabello.
- Pregunta sobre algo ya dicho.
- Mirada de niño con regalo nuevo.
- Bueno, realmente no se.
- Cuando pregunta por el arreglo financiero.



Que Hacer

1. Escuchar lo que el cliente tenga que decir.
2. Entender al cliente.
3. Mirar su entorno.
4. Probémoslo.

Que No Hacer

1. Adivinar.
2. Actuar como que entendiera.
3. Ignorar cualquier actividad.
4. Por qué no lo compra?



TRES RESPUESTAS DEL CLIENTE.

- **LO COMPRO.**
- **NO ESTOY SEGURO.** → más presentación/no problemas en el cierre
- **NO LO COMPRO.**



TIPS DE CIERRE

- Si el cliente acepta la venta pásele rápido el contrato para que lo firme.
- Si no le vende déjele información escrita.
- Después de que compre aterrícelo.
- Doble apretón de manos.
- Acompáñelo hasta la puerta o el auto.

MUSIOS



LOS MEJORES CIERRES

- **PODER DE SUGESTION.**

"Sabe ud que con mi producto ud tendrá el mejor hogar o la mejor empresa de toda la zona?"

Activar la mente del cliente desde la presentación.

- **ANGULO AGUDO.**

" si le consigo lo que ud me pide me lo compra?"

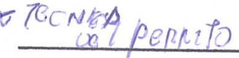
Volver la Objeción una Oportunidad de Cierre



LOS MEJORES CIERRES

•POR DEMOSTRACION.

"Si compruebo la eficacia de mi producto lo compraría?, Úselo por un periodo de tiempo"



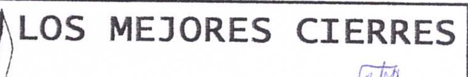
Hay que respaldar las aseveraciones con hechos reales.



•LOS TRES DIABLOS.

Diseñado para destruir el tengo que pensarlo.

Cuando termina la historia se debe ver al cliente fijamente a los ojos y decirle la palabra de cierre.



LOS MEJORES CIERRES

•BENJAMIN FRANKLIN.

Pliego de papel con una columna de sí y otra de no.

•PADRES E HIJOS.

Es un arma de doble filo y es hacer el cierre con los hijos del cliente.

Que los niños supliquen a sus padres por la compra del producto.

LOS MEJORES CIERRES



- **RESUMEN.**

"Que es exactamente lo que tiene que pensar?" No parar de preguntar para encontrar la objeción verdadera o el cierre de la venta.

- **INTIMIDACION.**

Es un Cierre de presión y Emociones.

"Mire que si no lo compra le puede pasar esto...."

LOS MEJORES CIERRES

- **NEGATIVO.**

Especial para clientes duros de cerrar.

Hacer creer al cliente que no necesita la venta

- **ELECCION ALTERNATIVA.**

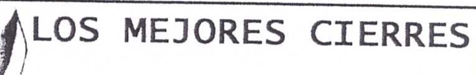
"Quiere usar su propio financiamiento o prefiere el nuestro.

Que tantas unidades quiere? Dos o tres?

LOS MEJORES CIERRES

- **AEROPLANO.**

Mostrar al cliente que la objeción no funciona.



"ud dice cuanto le gusta el producto y no lo va a comprar ahora?

- **POR SUPOSICION.**

Estire la mano y dígale que después de una semana de usar el producto hablamos.

"Cuando le entregamos el producto?"



LOS MEJORES CIERRES

•REFERENCIA.

Utilizar los testimonios de Clientes satisfechos y referencias comprobables.

•CAMBIO DE LUGARES.



LOS MEJORES CIERRES

•UNIDAD MULTIPLE.

Que el cliente elija la compra en grupo de productos.

•"PIENSELO"

Generalmente es la objeción al dinero. Mirar el reloj. Aplicar los cierres anteriores.

LOS MEJORES CIERRES

•VENTA PERDIDA.

Es el ultimo recurso.

"por que no me lo compra? Hice algo mal?". Pedirle la opinión al cliente y preguntarle en el caso del vendedor que haría?. (allí se entra a manejar nuevas objeciones).

•CAJA DE SEGURIDAD.

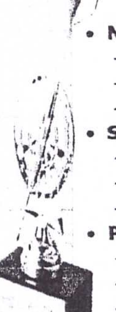
Es perfecto para grandes negocios y cotizaciones altas..



OBJECIONES

- YO REGRESO:
  - Perfecto yo confío en usted.
  - Pues déjeme el pedido listo para cuando regrese.
  - No se preocupe yo lo visito.
- TENGO QUE HABLAR CON:
  - Cuando lo va a hacer?
  - Siempre lo consulta?
  - Por que tiene que consultarlo?
- NUNCA COMPRO POR ENTUSIASMO
  - No queremos que lo haga.
  - Usted ya vio como funciona mi producto.
  - Por que no se da tiempo para pensar en el?

Yo estoy muy ocupado mi función es
llamarlo no se preocupe
quedarse esperando afuera en el
corte
meterse en el proceso ¿cuando le
vamos a vender



OBJECIONES

- NO PUEDO TOMAR UNA DECISIÓN AHORA
  - No puede ahora?
  - No tiene que pensar en el dinero o si?
  - Esto es como jugar al fútbol.
- SOLO ESTOY MIRANDO
  - Por que no se adelanta y compra aquí?
  - Existen buscadores y hacedores.
  - Todos tenemos que buscar en todas partes.
- PUEDO INVERTIR MEJOR EL DINERO
  - Dígame donde para ir.
  - Le voy a decir a algunos amigos.
  - Para que busca mi producto.

OBJECIONES

- ESTOY MUY VIEJO PARA COMPRAR
  - Este producto le ofrecerá más aliciente para vivir.
  - Usted no es demasiado viejo.
  - Si tuviera 35 y hablara así de cuando estuviera viejo se moriría.
- TENEMOS OTROS COMPROMISOS
  - Eso es primero pero esta es una gran oportunidad.
  - Es que mañana va a tener mas problemas?
  - Inicie una planeación completa con mi producto.
- YA COMPRE EN OTRA PARTE
  - Entonces adelántese y compre también aquí.
  - Dígales a los que compro que no esta satisfecho.
  - Pues cómpreme para un miembro de su familia.

OBJECIONES

- TENGO QUE PENSARLO
  - Si usted fuera el vendedor que pensaría?
  - Lo que esta pensando es en el dinero cierto?
  - Piénselo mientras realizo una llamada telefónica.
- ES MUY COSTOSO
  - Con que esta comparando el precio de mi producto?
  - Usted puede viajar en primera o segunda clase.
  - Cuanto cree que valdrá dentro de un año?
- POR QUE DEBO COMPRARLO?
  - Por el potencial del producto.
  - Por que no será bueno para usted?
  - Sencillamente por que le beneficia.

OBJECIONES

- NO PUEDO PERMITIRMELO
  - A mi me paso lo mismo le entiendo.
  - Puede permitirse no comprarlo?
  - Trabaja tanto y no puede permitírselo?
- ACABAMOS DE CASARNOS
  - Que mejor regalo de bodas.
  - Con el producto están construyendo un futuro juntos.
  - Esta oportunidad la tienen pocos recién casados.
- TENGO QUE HABALR CON EL DE FINANZAS
  - Listo, llamémoslo ya y hablamos con el.
  - Siempre lo tiene que llamar?
  - Generalmente los de finanzas dicen no compre nada.



RECOMENDACIONES FINALES

- Haga que el cliente le estime
- Haga preguntas al cliente
- Acérquese al cliente
- Comunique un secreto
- Demuestre clase.
- Rehúse aceptar un no
- Preocúpese por las necesidades del cliente
- Escuche al cliente
- Observe todo a su alrededor.
- Demostrar que aprecia al cliente.
- Las emociones son la clave.
- De las gracias por la compra.